

学校编码: 10384

分类号_____密级_____

学 号: 30620071152501

UDC_____

厦 门 大 学

硕 士 学 位 论 文

“迷”的前世今生

——“戏迷”与“粉丝”的比较研究

The Past and the Present of Enthusiasts

——A Comparative Study on Devotees of Chinese Opera and Fans

臧 鹤

指导教师姓名: 黄星民 教授

专 业 名 称: 传 播 学

论文提交日期: 2010 年 4 月

论文答辩日期: 2010 年 6 月

学位授予日期: 2010 年 月

答辩委员会主席: _____

评 阅 人: _____

2010 年 4 月

厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下,独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表的研究成果,均在文中以适当方式明确标明,并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范(试行)》。

另外,该学位论文为()课题(组)的研究成果,获得()课题(组)经费或实验室的资助,在()实验室完成。(请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称,未有此项声明内容的,可以不作特别声明。)

声明人(签名):

年 月 日

厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

（ ） 1. 经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，
于 年 月 日解密，解密后适用上述授权。

（ ） 2. 不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人（签名）：

年 月 日

厦门大学博硕士论文摘要库

摘 要

本文以“迷”这一传播史中非常独特的受众发展历史为研究断面，从媒体与“迷”的关系出发，运用了传播学、社会心理学等相关理论，对“戏迷”和“粉丝”，即“迷”这一受众群体不同阶段的表现进行比较研究。

本文首先探讨了现代印刷媒体对“迷”发展的意义。本文认为群体性的迷的出现的前提，必须是要有数量众多且有联系的受众，这类受众离不开大众传播媒介的培育。因此，本文提出群体性的“迷”出现只能在大众传播媒介出现之后。通过结合我国社会发展和媒介发展的历史背景，将大众娱乐的受众开始出现的清末民初，认定为“迷”群体最初开始出现的历史时期，并阐释了将当时的“戏迷”作为研究对象的原因。

再者，本文以群体性的“迷”为研究基础，将“戏迷”与“粉丝”进行比较分析，认为同源于“迷”的“戏迷”与“粉丝”在很多方面存有相似之处，如话语权的掌握、需求与满足、行为表现等。另一方面，本文也分析了处于媒介发展不同阶段的“戏迷”与“粉丝”所具有的差异性，并对其原因进行了阐释。

最后，本文通过对“戏迷”的探讨发现伟大的艺术往往是与“迷”共存的。因此，用什么样的方式和态度对待当今日益庞大的粉丝群体和形形色色的粉丝现象则显得尤为重要。全面认识“粉丝”，深刻理解“粉丝”，是我们认识“粉丝”现象和探讨“迷”理论的起点。

从某种程度上来说，本文将“粉丝”研究的时间维度从电子传播时期向前延伸至印刷传播时期，是对“迷”的历史研究的一次有益的尝试，这正是本文创新和突破之处。

关键词：戏迷 粉丝 比较研究

Abstract

Enthusiasts are a unique group in communication history. They exist for years in form of devotees of Chinese opera in ancient times to nowadays' modern fans. Applying related theories of mass communication and social psychology. It carries out a comparative study on Devotees of Chinese opera and fans----“enthusiasts” in different historical stages.

The paper firstly discusses modern print media's significance for the development of enthusiasts. The paper indicates that a large amount of connected audience is the premise for the appearance of enthusiasts group. And the audience group comes into being with the help of mass media. Therefore, the paper believes that the appearance of enthusiast group is later than that of print media. Putting the enthusiast group into the development of society and media background, the paper defines the timing of enthusiast group's appearance. The paper also explains the reasons for taking “theatergoers” as object of study.

Second, the paper does a comparative study between two enthusiast groups: devotees of Chinese opera and fans. The paper finds out that they are similar in many aspects, such as discourse power, use and satisfaction and behavior expression. On the other hand, the paper proposes their differences in different media eras and explains the reason.

Last but not the least, the paper concludes that great art always coexists with certain kind of enthusiasts. Therefore, it is extremely important to have a objective attitude towards nowadays fans phenomena. To fully understand enthusiast group is the basis to know the phenomena of enthusiast.

The paper extends the enthusiasts' research forward to the print communication age. It fills in the gap of enthusiasts' study in fields of communication, literature and art. To some extent, this could be considered as a kind of innovation and breakthrough.

Key Words: devotees of Chinese opera, fans, comparative study

目 录

第一章 前言	1
一、研究缘起	1
二、文献综述	2
三、研究方法	7
四、研究意义	8
第二章 “戏迷”缘何成为“迷”的前世	10
一、“迷”的历史	10
二、界定“迷”前世的标准	11
三、“戏迷”缘何成为“迷”的前世	12
第三章 “戏迷”与“粉丝”比较之相同	17
一、“迷”的话语表达权	17
二、“迷”的需求与满足	21
三、“迷”的行为表现	23
第四章 “戏迷”与“粉丝”比较之不同	26
一、对象范围扩大化	26
二、层级划分差异化	28
三、年龄意义凸显	30
四、职业粉丝出现	31
第五章 迷思	34
一、刻板印象下的粉丝形象	34
二、日渐成熟的粉丝群体	36
三、正视“粉丝现象”是解决粉丝问题的前提	38
结语与展望	41
参考文献	43
致 谢	45

Table of Contents

Chapter1 Preface.....	1
1.1 Origin of Study	1
1.2 Literature Review	2
1.3 Research Methods	7
1.4 Research Significance	8
Chapter2 Devotees of Chinese opera-the past of “enthusiasts”	10
2.1 History of enthusiasts	10
2.2 Criteria of defining enthusiasts.....	11
2.3 Reasons of defining	12
Chapter3 Similarities between devotees of Chinese opera and fans .	17
3.1 Discourse power	17
3.2 Use and satisfaction.....	21
3.3 Behavior expression	23
Chapter4 Differences between devotees of Chinese opera and fans..	26
4.1 Enlargement of objects	26
4.2 Differentiation in levels.....	28
4.3 Demostration of age significance	30
4.4 Appearance of professional fans	31
Chapter5 Myths.....	34
5.1 Stereotype of fans’ images	34
5.2 Increasing mature fans group	36
5.3 Premise to confront with fans group	38
Conclusion and Outlook	41
Reference.....	43
Acknowledgements.....	45

第一章 前言

一、研究缘起

2005 年“超级女声”火遍大江南北，李宇春以 350 万的短信投票支持获得冠军，登上美国《时代周刊》的封面。在人们高呼这是“庶民的胜利”的同时，“粉丝”这一群体引起了学界和业界的广泛关注，“粉丝”这一概念开始以鲜活的姿态走进了人们的视野。

回顾近年来我国的娱乐圈、文化圈的热点事件，我们可以看到从“超级女声”的风靡全国到“快乐男声”的成功举办，从以“趣讲三国”迅速窜红的学者易中天到“学术超女”于丹热，从以“幽默搞笑”见长的郭德纲的走红到以“恶搞经典”扬名的胡戈现象，无一不与时下新崛起的“粉丝”密切相关，如玉米，凉粉，乙醚，网丝等。正是粉丝们不遗余力的摇旗呐喊，网上网下的积极互动才有了这一个个令当今学术界和业界惊呼的粉丝造星的神话。面对越来越多的社会现象被打上“粉丝制造”的烙印，我们应该以怎样的态度来对待“粉丝”则显得尤为重要。

“粉丝”作为特殊受众，在网络媒体盛行的今天，呈现出许多新的特点。在早期的受众研究中，受众常常被视为像一盘散沙一样孤立无助、被动消极的个体。然而，随着社会的发展和研究的不断深入，受众的主动性慢慢得以发现。特别是在网络技术发展的今天，网络以其虚拟性、匿名性、互动性、时效性、分散性等特点在为人们提供发表意见的自由空间的同时，也深刻地改变着这个社会的传播结构，受众从信息被动的接受者逐渐向信息的提供者与主导者转变，附加在“众”前面的“受”已经失去了其鲜明的时代意义。粉丝可以通过网络畅快的表达心声，展示自身的力量，他们有机会有能力通过各种方式支持和影响自己的偶像。

但是，当我们提及“粉丝”或者“某某迷”时，很多人往往会条件反射地联想到“狂热”“偏执”“盲目”这样的字眼，对其存在往往持负面态度。但是，这掩盖不了这样一个事实：“粉丝”已然成为文化消费中最积极、最活跃、最广

大的群体，从十几岁的青少年到几十岁的老年人都有可能成为粉丝群体的一员。粉丝所迷恋的对象也不局限于对影视、体育、歌手、书籍等，他们的兴趣范围已经扩展到社会各个层面和领域，包括对政治家、学者、主持人、偶像甚至是对普通人的追捧。

“粉丝”是一个新名词，但“粉丝”作为“迷”的存在并不是一个新兴的群体。迷现象古已有之，从因姿态俊美而受人围堵的卫玠到左思所著《三都赋》所引起的“洛阳纸贵”，从一百多年前的“戏迷”到上个世纪八十年代后期出现影视歌手的“追星族”都是“迷”早已存在的有力证明。面对历史上形形色色的迷现象，人们不禁要问：真正的迷群体是何时产生的？对这个问题的关注，正是本文研究的缘起。

二、文献综述

在研究“迷”现象前，我们有必要对“迷”、“粉丝”“追星族”等相关概念进行一个梳理，以便我们更好的理解和把握研究对象。对概念的界定是我们研究的基础。

“粉丝”是英语“fans”的音译词，“fan”在《朗文当代高级英语词典》里的解释是①运动、表演艺术、名人等的热心追随者或支持者，②…迷。“fans”作为“fan”的复数形式，包含着“粉丝”作为“迷”所体现的群体性的特征。在中国，一个人、一群人都可以称之为“粉丝”。

“追星族”根据维基百科的解释，指崇拜偶像并追随与其有关事物的一群人，多为十几岁的青少年。“追星族”一词涵盖了传统的“歌迷/影迷”的意思，并将其“迷”的范围延伸至“歌”“影”以外。现在的追星族一般会用“粉丝”自称。

我们可以看到，不论“粉丝”还是“追星族”，都可以说是统属于“迷”的范畴，称呼的变化只是对“迷”所处不同时代的不同表达而已，其对象指涉并没有大的差别。

美国传播学者珍妮·史格特格指出，每个人一生中，或多或少都曾经是某种程度的“迷”。只要是和自己平时的行为相比，在某个时期重复、大量、多次集

中地消费某些文本或物品，就可以定义为“入迷”，^{[1]120}这个是从广义的角度来讲对“迷”进行的界定。根据“入迷”的程度不同，“迷”的狂热性表现也是有差别的，有些学者只将卷入度高、参与性强、行为表现激烈的那部分群体定义为“迷”。

随着研究的不断深入，学者们对“迷”的定义也不仅仅局限于对于其范围的界定，很多学者开始关注“迷”的主动性及其所拥有的自主权。约翰·菲斯克在其名著《理解大众文化》一书中，指出大众文化迷是过度的读者：这些狂热爱好者的文本是极度流行的。作为一个“迷”，就意味着对文本的投入是主动的、热烈的、狂热的、参与式的。^{[2]173}在他看来，大众文化是一个动态的形成过程，有相对自由的空间，在这一空间里大众可以按照自己的意愿进行取舍，自行从文本中构建出意义从而获得快感，而不是一味地接受文本信息。

还有学者指出，所谓迷是指“一群过度沉浸在媒体建构的虚拟世界中而扭曲了时间概念甚至丧失了自我意识的主动的受众”^{[1]120}。他们将“迷”描述成疯狂的、病态的、沉迷的异类，这种一味强调“迷”的负面的观点，会对我们全面而正确地认识“迷”产生一些误导。

在笔者看来，由于个人性格及其表达方式等方面存在差异，“迷”的表现方式是不同的。我们一般认为那些振臂高呼，情绪激昂的偶像支持者才是“迷”，这实际上是对“迷”范围的一种误读，那些表现不激烈但是对偶像文本进行积极情感投入的参与者同样也应属于“迷”的范畴。“迷”与其他普通的受众只是程度上而非性质上的差别。不可否认，社会中确实存在一些“迷”病态追星的疯狂举动，从而产生恶劣的社会影响。但是，我们也应该看到“迷”作为一个声势浩大的群体，其所蕴含的积极力量是无穷的，其多样性的社会表现必需得到我们的正视，只有这样我们才能正确的认识“迷”，科学的研究“迷”。

上个世纪八十年代，国外研究学者开始对“迷研究”加以关注，“迷取向”甚至成为欧美传播学者研究受众的一种主流取向。最早有关“迷”理论的论述可以追溯到约翰·菲斯克的《理解大众文化》一书中。约翰·菲斯克是美国威斯康辛大学的传播学教授，他既是成绩卓越的学者，同时也是大众文化迷，这个双重身份使得其敏锐地将大众研究的触角伸向“迷”的领域。不同于以往有关文化研究的观点，以法兰克福学派为代表，认为受众是消极被动的，他乐观地看到了作

为特殊受众的“迷”所蕴含的创造力和生产者的特性。菲斯克虽然并未对“迷”进行系统的理论阐述，但是零散分布于其著作中有关“迷”的认识，却为后来的“迷”研究者提供了有益的启发。

菲斯克的理论创见很大程度上受到了米歇尔·德赛都的影响，德赛都在其1984年出版的《日常生活实践》^[3]打破了“使用者一般都被认为是被动的，受既有规则的支配。”的理论认知，他看到了“消费者活动虽然在由专家统治、建构、书写和操作的空間，但是消费者的轨道描绘出了有着另一类兴趣与欲望的策略，既不受其成长于其中的体系的制约，也不被它俘获。”粉丝文化研究就是在这样一片对消费者及其高超的消费技术的欢呼中粉墨登场了，德赛都、菲斯克等人也理所当然地成为了粉丝文化研究的重要开拓者。^{[4]4}

亨利·詹金斯也是粉丝文化研究的代表人物，他的《文本盗猎者：电视粉丝与参与性文化》一书自1992年出版以来，一直被看做是粉丝研究领域的经典之作。与德赛都所描述的消费者不同，詹金斯看到了粉丝能够保留他们利用大众文化材料生产出来的产品，他们从大众文化中盗猎来的材料，有时候还能为某些粉丝提供有限度的经济利润，粉丝不光拥有从大众文化攫取、借用的残留物，还拥有一个用媒介提供的符号性原材料打造的自己的文化。^{[5]24-49}在其大量的论述中，詹金斯强调了粉丝的创造性。

著名传播学者，荷兰阿姆斯特丹大学传播学终身教授，“欧洲传媒研究小组”成员，《欧洲传播学杂志》三位创始人之一的丹尼斯·麦奎尔在1997年出版的《受众分析》一书中，对“媒介迷”有专门的论述。他同詹金斯一样，看到了“迷”本身所包含的生产性元素，同时通过总结媒介迷所具备的一些特征，对“迷”可能要付出的代价以及对迷所迷恋的对象造成的可能性伤害提出了警示。他指出，媒介迷们如果保持太高的期望，投入太热的情感，会很容易受到潜在的伤害，也可能会经历一段难堪。同时，媒介迷可能是变化无常和薄情寡义的，而且最终将脱离出去，那么他们对自己热衷的对象也会有消极的一面。他们会把偶像们当做茶余饭后八卦闲聊、忌妒和声讨的对象，这种做法还经常受到其他媒介的鼓励。^{[6]48}

希尔斯于 2002 年出版的《探究迷文化》^①是迷理论研究具有重要意义的著作。本书对迷理论展开细致而精辟的探讨，同时揭示了迷的群体性特征，他指出迷们其实颇热衷于参与社群活动，并非一般想象中的社会孤僻者，或是一群疏离的观赏者或读者。为了强调迷文化的矛盾性，希尔斯摘要整理了用来理解“迷”概念的文化理论，挑战甚至推翻了这些既定的知识典范。他针对许多特定团体，例如猫王迷、《X 档案》迷以及《星舰奇航》迷，采取个案研究的方式，并勾勒出许多关于新媒介发展所创造的文化现象，以及这些新文化现象所具有的各种可能性。

与国外研究者相比，国内有关“迷”研究尚处于起步阶段，“迷”理论还是我国传播研究的新鲜题目。笔者以“迷群”、“粉丝”、“媒介迷”为关键词通过清华 CNKI 数据库进行跨库检索，在中国期刊全文数据库、中国博士学位论文全文数据库、中国优秀硕士学位论文全文数据库中，通过剔除一些不相关文章，共检索出有价值的学术论文 75 篇，其中博士论文 1 篇，硕士论文 8 篇。同时，通过厦门大学知识资源港、当当网、卓越亚马逊网上中文书店查阅有关“粉丝”“媒介迷”方面的著作，笔者仅发现一本相关专著。

从时间上来看，与“迷”理论相关的学术论文相对集中的开始出现是在 2007 年后。可以说，2007 年前有关“迷”理论研究的内容几乎是空白。虽然 2006 年也出现几篇以“粉丝”冠名的论文，但其论涉内容多是对粉丝现象的简单描述和对“粉丝”这一词语的正确使用的探讨，并未进行较深层次的学术探讨。2007 年可以认定是我国“迷”理论研究的开端。

虽然国内对“迷”研究起步较晚，但是通过一些学者对“迷”现象的关注和研究，在学术上“迷”研究已经取得了一些阶段性的成果。

从研究的角度来看，国内研究者对“迷”现象的研究多从各自的专业领域出发，如通过传播学、语言学、心理学、社会学等视角来认识“迷”现象。国内学者的研究并不局限于此，他们往往通过多学科理论的交叉分析来探讨这一的复杂的学术问题。同时，也有研究者对“迷”现象所呈现出的问题进行反思性研究。

^①此书由朱华瑄译，台北韦伯文化国际出版有限公司出版，2005 年版书名被译为《迷文化》，2009 版则将书名修改成《探究迷文化》。

清华大学新闻与传播学博士生张婧^①的四篇论文《迷研究理论初探》、《迷啊，迷！——传播学研究中的迷理论》、《粉丝力量大》、《迷研究初探——以超女李宇春的迷群为例》为我国“迷”研究奠定了很好的理论基石和实践范本。她对近年来欧美传播学迷研究理论加以梳理，在国内传播学界首度系统性地分析了“迷”理论，以国内“粉丝”——玉米为案例，检视西方理论在中国新闻实践中的适应性，填补了国内传播学中主动受众中迷研究的空白。研究发现，国内“迷群”以网络为平台，跨媒介追踪偶像文本，投射自我于偶像文本，展现了主动受众的媒介使用行为，形成了想象自我和偶像成为家人的特殊媒介使用行为模式，这个模式是当代“迷”研究理论前所未见的。^[7]

“迷”是英语 fan 的中文解释，而“粉丝”则是 fan 的复数 fans 的中文谐音。伴随着大型娱乐选秀活动的日益火爆，大量的选秀偶像迅速走红。与此同时，这些偶像的拥护者被冠以共同的名字“粉丝”。流行词“粉丝”的出现，也引起了语言学者的关注。语言学家不仅关注流行词丰富的语言学的知识，同时也十分注重其浓厚的文化意蕴的研究。如赵秀文《“粉丝”文化及其现象解读》从语言发展史的角度分析从“迷”到“粉丝”这一词汇演变过程的必然性，结合当前流行的粉丝现象，对“粉丝”对象范围、群体特征以及表现方式所体现的时代烙印进行论述。王丽在《“粉丝”及其他——浅谈新时期流行语产生与使用的心理特点》一文里，则注重从语言学和心理学的双重视角上对其进行探讨，文章指出流行语不仅突现了当前社会生活的发展、变化和创新，又从一个特定的角度表现了人们的心理特点。

“迷”研究起步晚于西方国家的现实，并没有影响我国学者对“粉丝经济”的研究热情。有学者指出，“粉丝经济”可谓一个多方受益的循环经济圈，偶像、娱乐公司、商家和众“粉丝”都是互为利益源和消费终端。同时，粉丝们的互动和参与使得品牌传播有了裂变方程式的效果。有关“粉丝经济”的探讨呈现比较繁荣的景象，如常长水的《“粉丝经济”流行中国》、林岳的《自动挡营销，粉丝俱乐部品牌攻略》、袁元的《“粉丝”搅动经济》。

随着粉丝数量的庞大，不仅出现了“粉丝文化”“粉丝经济”这些值得研究

① 张婧，清华大学新闻与传播学院博士，中国化管理学会国际学术交流总监，北京国际文化创意产业联盟筹备处，前美联社（Associated Press）驻台北资深制作人，美国波士顿大学电视新闻硕士。任职美联社期间，曾采访多次国际重大新闻事件，包括美国 911 恐怖攻击、数届 APEC 领袖高峰会等。

的现象,学者们也看到在这个群体中不断涌现出的不理智甚至疯狂事件,如“疯狂粉丝”杨丽娟恶性追星致使其父跳海身亡等。有学者通过对“杨丽娟疯狂追星事件”的分析,指出在“迷”形成过程中,媒体通过建构超真实的“虚拟环境”对其产生了巨大作用。通过对媒介迷成因的研究,提出媒介应该肩负的责任的重要性以及构建媒介伦理规范体系和价值观念体系的紧迫性。如陈力丹、刘宁洁的《疯狂追星的传媒责任分析》、刘滢樵、莫梅锋的《正确引导媒介迷 构建和谐媒介伦理》。

值得一提的是,首都师范大学文学院教授、博士生导师陶东风主编的《粉丝文化》一书,是我国传播学界第一本粉丝研究的专著,它收集了国外研究学者有关“粉丝”研究的经典论述,第一次系统地翻译介绍了西方粉丝文化的研究成果,涉及粉丝的定义、粉丝的消费特征、粉丝的情感与认同、粉丝的文化政治等内容,对于我国“迷”研究提供了重要的理论参考和学术借鉴。

从整体上来看,我国有关“迷”研究,比较集中于对西方媒介理论的引介和对现有“迷”现象的个案分析,缺乏从历史的纵深角度探讨“迷”现象的相关研究。因此,本文拟从历史的维度来研究“迷”现象,以求“迷”研究的不断深入和完善。

三、研究方法

本文采用理论分析和实例论证相结合的研究方式,通过大量相关文献查找、收集、归类和总结,运用对比和逻辑思辨等分析方法,对“粉丝”与“戏迷”的异同点进行总结归纳,并结合一些具体的“戏迷”与“粉丝”的事例进行佐证。具体的研究方法包括以下几种:

1、文献研究法。文献研究法是一种通过收集和分析现存的文献资料,来探讨和分析各种社会行为、社会关系及其他社会现象的研究方式。笔者通过搜集有关“粉丝”研究和“戏迷”研究的文献资料及影像资料,通过深度阅读对其进行归纳和总结。除了对学术资料的分析和整理,笔者还通过浏览百度贴吧来获取有关“粉丝”群体的第一手资料,并对其进行记录分析。在有关“戏迷”部分的资料搜集与研究上,由于缺乏有关这方面的学术研究,因此这部分资料选择多来

源于相关人士的自传或回忆录。

2、比较分析法。比较分析法的前提是进行比较分析的对象要具有可比性。本文在对“戏迷”与“粉丝”进行比较分析的过程中，首先论述了将“戏迷”与“粉丝”相比较，而不是将更早以前的“迷”与“粉丝”进行比较研究的原因。通过对二者的比较分析，归纳出相应的特点并辅之以理论与事实进行解释论证。

3、无结构访谈法。无结构访谈是一种无结构的、直接的、一对一的访问形式。笔者除了在百度贴吧中进行潜水观察与粉丝相关的言论外，还针对特定问题对粉丝、职业粉丝及不特定的群体通过 QQ 进行开放式的交谈，了解对方的观点、意见和态度。通过无结构访谈，笔者对粉丝现象获得更为直观的认识和了解，他们的意见和观点给笔者以很好的启发。

四、研究意义

受众研究是大众传播研究的一个重要领域。20 世纪 80 年代以前，我国真正意义上的受众研究几乎为空白。受众研究理论从过去的蹒跚学步到现在的相对系统与深入，已经取得了长足的进步。但是，我们也应该看到有关受众的理论研究对受众中特殊群体“迷”或“媒介迷”的关注与学术探讨则是刚刚起步。现有的学术成果中，研究焦点也多放在当今的媒介现象中，缺乏从历史的维度来关注“迷”这一特殊受众群体的相关研究与著述。

从文艺学角度来看，近年来关于戏剧艺术的理论研究，可谓汗牛充栋，异彩纷呈。然而若仔细考察，就会发现，关于戏剧艺术本体特征的研究较多，而关于“戏剧观众学”的研究则是凤毛麟角。在近代社会，京剧广泛流行，京剧名角得到了极大的追捧，戏迷票友的范围之广泛和热情之高涨可谓是叹为观止，可是对这一社会现象，学术上却没有得到应有的关注。笔者在清华 CNKI 数据库中，以“戏迷”、“戏剧观众”为关键词进行搜索，搜索出相应文章仅 15 篇，而其中有关戏剧观众的积极介入者“戏迷”的学术研究则一篇都没有。通过网络搜索，与“戏迷”有关的学术论文仅有《近代上海京剧捧角的发展途径分析》、《中国早期粉丝群体现象》两篇，正是这两篇论文给笔者以很好的启发，也为本文的分

Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to etd@xmu.edu.cn for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库